
Science and Society: Journal of Political and Moral Theory

Vol 41 (2022)

Επάλληλες κρίσεις: Εμπειρίες και αποκρίσεις

Προσεγγίζοντας το φαινόμενο των παραποιημένων ειδήσεων (fake news)

Ιωσήφ Χαλαβαζής

doi: [10.12681/sas.29159](https://doi.org/10.12681/sas.29159)

Copyright © 2022, Ιωσήφ Χαλαβαζής



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

To cite this article:

Χαλαβαζής Ι. (2022). Προσεγγίζοντας το φαινόμενο των παραποιημένων ειδήσεων (fake news). *Science and Society: Journal of Political and Moral Theory*, 41, 189–202. <https://doi.org/10.12681/sas.29159>

Ιωσήφ Χαλαβαζής*

ΠΡΟΣΕΓΓΙΖΟΝΤΑΣ ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ
ΤΩΝ ΠΑΡΑΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ
[FAKE NEWS]

Γιώργος Πλειός, *Παραπονημένες Ειδήσεις (Fake News): Ο μετασηματισμός της προπαγάνδας στην κοινωνία της ενημέρωσης*. Αθήνα: Gutenberg, 2021, σελ. 510.

Rainer Greifender, Mariela E. Jaffé, Eryn J. Newman & Norbert Schwarz (eds.), *The Psychology of Fake News: Accepting, Sharing and Correcting Misinformation*. London: Routledge, 2021, σελ. 252.

Εισαγωγή

Ο όρος 'fake news' ξεκίνησε να χρησιμοποιείται συστηματικά στον δημόσιο διάλογο τον Δεκέμβριο του 2016 από τον Donald Trump. Ως Πρόεδρος των ΗΠΑ, καθ' όλη τη θητεία του χρησιμοποίησε σε μεγάλο βαθμό τον όρο για πρόσωπα και ΜΜΕ τα οποία ασκούσαν κριτική στις επιλογές του. Λόγω της θεσμικής ισχύος του, αλλά και λόγω της φύσης του διαδικτύου, σύντομα στη jargon της πολιτικής, της δημοσιογραφίας και της δημο-

* Υποψήφιος Διδάκτορας στο Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του ΕΚΠΑ

σιολογίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης [ΜΚΔ] παγκοσμίως τα fake news ταυτοποιήθηκαν ως τεχνική δημόσιου αφορισμού. Υπό το πρίσμα, όμως, των κοινωνικών επιστημών τα fake news είναι ένα σύνθετο φαινόμενο που δεν εξαντλείται στην παραποίηση ή το ψεύδος μιας πληροφορίας που αναπαράγεται στα ΜΜΕ, αλλά συνδέεται σε μεγάλο βαθμό με τη μετα-αλήθεια [post-truth], τις κοινωνικές σχέσεις, την ιδεολογία, τα στερεότυπα και τις διεργασίες της σκέψης.

Τα δύο συγγράμματα που επιλέχθηκαν για το παρόν κείμενο μπορεί να προέρχονται από διαφορετικά επιστημονικά πεδία, όμως το ένα συμπληρώνει το άλλο και προσφέρουν στον αναγνώστη μια ολική προσέγγιση για το τι είναι ακριβώς οι παραποιημένες ειδήσεις, αλλά και γιατί αποτελούν κοινωνικό φαινόμενο. Η μονογραφία του Γιώργου Πλειού προέρχεται από το πεδίο της 'κοινωνιολογίας της ενημέρωσης και των ΜΜΕ' και επικεντρώνεται στην επιστημολογία των παραποιημένων ειδήσεων, τις κοινωνικές διεργασίες τις οποίες επιτελούν και την πολιτική οικονομία των ΜΜΕ που ευνοεί την ανάπτυξή τους. Ταυτόχρονα, προσφέρει μια τυπολογία που βασίζεται στη μέθοδο της ανάλυσης περιεχομένου μέσω της θεωρίας της πλαισίωσης [framing theory].

Ο συλλογικός τόμος των Greifender, Jaffé, Newman και Schwarz προσεγγίζει το ζήτημα μέσα από τα πεδία της κοινωνικής ψυχολογίας και της πειραματικής γνωστικής ψυχολογίας. Τα δώδεκα κεφάλαια του τόμου προσφέρουν στον αναγνώστη την ευκαιρία να έρθει σε επαφή με πειραματικά μοντέλα που επεξηγούν τη γνωστική και ερμηνευτική διάσταση των παραποιημένων ειδήσεων, παρουσιάζοντας τους μηχανισμούς με τους οποίους λειτουργεί η ανθρώπινη σκέψη και τους τρόπους με τους οποίους οι παραποιημένες ειδήσεις αποκτούν αληθοφάνεια. Ταυτόχρονα, οι συγγραφείς προσφέρουν μια σειρά από προτάσεις και τεχνικές για παρεμβάσεις τόσο στο κοινό όσο και στα ΜΜΕ για την αντιμετώπιση του ζητήματος, αλλά και την πρόληψή του.

Ορίζοντας τις παραποιημένες ειδήσεις

Σήμερα, ο όρος fake news χρησιμοποιείται ευρέως και καταχρηστικά για ειδήσεις που είναι ψευδείς, παραποιημένες ή δεν συγκλίνουν με τις ιδεολογικές θέσεις ενός υποκειμένου, οργανισμού ή πολιτικού φορέα. Πρόκειται ουσιαστικά για ορολογία η οποία έχει άμεση σχέση με την προπαγάνδα και όχι με την εκ του αντιθέτου συμμόρφωση ως προς τα ποιοτικά κριτήρια που πρέπει να πληροί μια είδηση για να θεωρηθεί αξιόπιστη. Παράλληλα, συνδέεται με τη δυσπιστία προς τα ίδια τα ΜΜΕ και τους δημοσιογράφους, αποτελώντας μια σύγχρονη εκδοχή του ναζιστικού όρου 'Lügenpresse' [ψευδόμενος Τύπος]. Θα πρέπει να γίνει κατανοητό πως οι ψευδείς/παραποιημένες ειδήσεις δεν είναι κάτι νέο, αλλά εμφανίζονται μαζί με την ανάδυση των ΜΜΕ.¹ Ο Γ. Πλειός αφιερώνει μεγάλο μέρος της μελέτης του στις διαφορές που υπάρχουν ανάμεσα στις ψευδείς [false news] και τις παραποιημένες ειδήσεις [fake news]. Πρεσβεύει, όπως και άλλοι ερευνητές, ότι οι ψευδείς ειδήσεις αποτελούν γεγονότα που δεν έχουν συμβεί, όπως οι σατιρικές ιστορίες και οι απάτες [hoaxes], ενώ οι παραποιημένες παρουσιάζουν διακυμανσεις ως προς τον βαθμό ψευδοποίησης, δηλαδή είναι μια ανάμιξη αξιόπιστων και παραποιημένων πληροφοριών ή μυθοπλαστικών στοιχείων.

Ο προτεινόμενος προσδιορισμός είναι ιδιαίτερα χρήσιμος και λειτουργικός για τον επιστημονικό διάλογο στον κλάδο της επικοινωνίας και τη δημοσιογραφία, καθώς αρκετοί ερευνητές τείνουν να ταυτίζουν τους δύο διαφορετικούς τύπους ενημερωτικού περιεχομένου συμβάλλοντας στη ρευστότητα και την ασάφεια του όρου fake news κι εντάσσοντας κάτω από την ομπρέλα του τις φήμες και τις θεωρίες συνωμοσίας ως ενιαίο περιεχόμενο. Αν και πολλές φορές βλέπουμε τις φήμες και τις 'θεωρίες συνωμοσίας' να αποτελούν μέρος του ενημερωτικού

1. Για μια ιστορική αναφορά γύρω από τα ΜΜΕ και τη βιομηχανία των ειδήσεων βλ. Thompson (1991) και Hirst (2007).

περιεχομένου, θα πρέπει να διαχωρίσουμε τους όρους. Οι φήμες αποτελούν μη επαληθευμένες πληροφορίες για ένα θέμα, καθώς εμφανίζονται και κυκλοφορούν σε ένα κοινωνικό σύστημα όταν υπάρχει ασάφεια ή αίσθηση απειλής και βοηθούν τα άτομα να παραγάγουν νόημα και να διαχειριστούν τον ενδεχόμενο κίνδυνο (Di Fonzo & Bordia 2007). Η ‘γρήγορη’ δημοσιογραφία βασίζεται στις φήμες για να συλλέξει αναγνωσιμότητα και εντυπώσεις. Η χρήση και προβολή των φημών δεν αποτελεί μορφή ειδησεογραφικής παραποίησης, όταν αναφέρονται ρητά και εντάσσονται συμπληρωματικά ως μέρος ενός κατά τα άλλα ολοκληρωμένου ρεπορτάζ, παρά τον χαμηλό βαθμό αξιοπιστίας ως μη τεκμηριωμένη πληροφορία. Όταν, όμως, οι φήμες παρουσιάζονται με τέτοιο τρόπο που υπονοείται πως πρόκειται για πραγματικό γεγονός, τότε είμαστε αντιμέτωποι με το φαινόμενο της ψευδοπληροφόρησης [disinformation]. Οι ‘θεωρίες συνωμοσίας’, από την άλλη πλευρά, είναι ένας τρόπος σκέψης (νοοτροπία). Πρόκειται για εννοιολογικές κατασκευές που προσφέρουν απλές και κατανοητές ερμηνείες για τη φύση επιμέρους και προπαντός περίπλοκων γεγονότων και τον ίδιο τον κόσμο (Taguieff 2015), ακολουθώντας ένα σχήμα στο οποίο μία ελίτ εργάζεται υπό άκρα μυστικότητα ενάντια στο συμφέρον του συνόλου (Uscinski 2019). Κάθε είδηση μπορεί να αναγνωστεί και να ερμηνευτεί ως μέρος ή/και ‘απόδειξη’ για την ύπαρξη μιας συνωμοσίας από έναν άνθρωπο που ακολουθεί τον συνωμοσιολογικό —οιονεί παρανοϊκό— τρόπο σκέψης, χωρίς να υπάρχει η δυνατότητα επιβεβαίωσης για την ύπαρξή της. Αντίστοιχα, όταν τα MME αξιοποιούν ήδη γνωστές ‘θεωρίες συνωμοσίας’ και παράγουν εσκεμμένα περιεχόμενο που αντλεί στοιχεία από αυτές, τότε πρόκειται για μία ακόμη περίπτωση ψευδούς πληροφόρησης. Συμπερασματικά, λοιπόν, οι παραποιημένες ειδήσεις είναι αλλοίωση επί της αφήγησης γεγονότων που έχουν συμβεί στον πραγματικό κόσμο, δηλαδή ένα υβρίδιο αλήθειας και ψεύδους που μιμείται τις πραγματικές ειδήσεις, ενώ οι ψευδείς ειδήσεις, οι φήμες και οι θεωρίες συνωμοσίας είναι αποκλειστικά προϊόντα μυθοπλασίας, τα οποία δεν έχουν συμβεί και παρουσιάζονται ως πραγματικά.

Παραποιημένες ειδήσεις, μετα-αλήθεια και ψηφιακή επικοινωνία

Στον ολοένα και πιο διασυνδεδεμένο κόσμο μας, όπου τα ΜΚΔ παίζουν πλέον σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της πολιτικής ζωής, οι παραποιημένες ειδήσεις γίνονται βασικό πρόβλημα για τη λειτουργία των σύγχρονων δημοκρατικών καθεστώτων. Αρκετά συχνά στη δημόσια σφαίρα βλέπουμε πολιτικούς με ισχύ και θέσεις εξουσίας να καταδικάζουν τις παραποιημένες ειδήσεις ως αθέμιτες πρακτικές διεκδίκησης της κοινής γνώμης ή να εκφράζουν τις ανησυχίες τους για τη δημοκρατική λειτουργία. Όμως, στο πεδίο του πολιτικού ανταγωνισμού—δημοκρατικών αλλά, φυσικά, και αυταρχικών καθεστώτων—οι ίδιοι οι πολιτικοί γίνονται δημιουργοί παραποιημένων ειδήσεων αποσκοπώντας στην απονομιμοποίηση δημοσιογράφων και Μέσων που ασκούν κριτική στο έργο τους, στη δυσφήμιση πολιτικών αντιπάλων και στη δικαιολόγηση σοβαρών αποφάσεων με μεγάλο αντίκτυπο στη δημόσια εικόνα τους, όπως για παράδειγμα η εισβολή σε ένα άλλο κράτος (Giusti & Piras 2021). Ο βασικός λόγος που καταφεύγουν στη συγκεκριμένη πρακτική είναι ότι εκμεταλλεύονται το γεγονός πως ένα μέρος των εκάστοτε εθνικών κοινών είναι πλέον συνηθισμένο στην κατανάλωση αντίστοιχων πληροφοριών.²

Αρκετοί ακαδημαϊκοί, ερευνητές και αναλυτές, αναγνωρίζουν πως βρισκόμαστε ήδη στην εποχή της ‘μετα-αλήθειας’, ενώ προειδοποιούν για τις επιπτώσεις στις φιλελεύθερες δημοκρατίες. Η μετα-αλήθεια είναι η κατάσταση κατά την οποία οι άνθρωποι τείνουν να αποδέχονται ευκολότερα και σε μεγαλύτερο βαθμό τα επιχειρήματα και απόψεις που συνταιριάζουν με τα συναισθήματα και τις πεποιθήσεις τους, έναντι αυτών που βασίζονται σε δεδομένα. Έτσι το συναίσθημα³ και ο εντυπω-

2. Σχετικά με τη σχέση πολιτικών και παραποιημένων ειδήσεων βλ. Farhall, Carson, Wright, Gibbons & Lukamto (2019) και Egelhofer & Lecheler (2019).

3. Για τον ρόλο του συναίσθηματος στην πολιτική σκέψη βλ. Demertzis (2013).

σιασμός έχουν ισχυρότερη επιρροή από την ιδεολογία και τον ορθό λόγο στις εκάστοτε πολιτικές επιλογές και αποφάσεις του εκλογικού σώματος. Ο ρόλος των παραποιημένων ειδήσεων έχει καταλυτική σημασία για τη μετα-αλήθεια, καθώς δεν αμφισβητούν απαραίτητα τα δεδομένα ή οτιδήποτε μπορεί να οριστεί ως 'αλήθεια', αλλά αντιθέτως προσφέρουν παραπλανητικές ερμηνείες που γίνονται εύκολα πιστευτές, είτε δημιουργούν/δανείζονται δεδομένα που είναι αληθοφανή και παράλληλα με τις πεποιθήσεις του κοινού και τα οποία εκλαμβάνονται αυτομάτως ως 'αλήθειες'.

Εάν αναζητούμε μερικούς από τους λόγους, θα διαπιστώσουμε πως οι αλλαγές συνδέονται άμεσα με την ψηφιακή επικοινωνία.

α) Το διαδίκτυο και τα ΜΚΔ άλλαξαν τον γραμμικό τρόπο κατανάλωσης των ειδήσεων και αύξησαν κατακόρυφα την αλληλόδραση. Σήμερα κάθε χρήστης είναι ταυτόχρονα και εν δυνάμει δημιουργός περιεχομένου. Με αυτόν τον τρόπο η παραποίηση μιας είδησης δεν γίνεται απαραίτητα από τον αρχικό πομπό, αλλά μπορεί να επιτελεστεί ανά πάσα στιγμή στην αναμέταδοση της μέσω των ΜΚΔ (Botei 2017) ή των προσωπικών blogs που φιλοξενούν θέματα της επικαιρότητας.

β) Ένας άλλος λόγος είναι το κοινωνικό και πολιτικό πλαίσιο της ύστερης νεωτερικότητας (Lipovetsky 2012). Η αποδυνάμωση των σκληρών πολιτικών ιδεολογιών, η επικράτηση της εξατομίκευσης ως αποτέλεσμα του νεοφιλελευθερισμού, η ρευστότητα των κοινωνικών και οικονομικών σχέσεων και η χαλάρωση των σχέσεων εξουσίας συγκρότησαν νέες ταυτότητες και άλλαξαν την έννοια του πολίτη. Ο τελευταίος δεν αναζητά απαντήσεις αποκλειστικά από το κράτος ή τη θρησκεία, αλλά καταφεύγει πολλές φορές σε διάφορα άλλα μοντέλα σκέψης: τον εσωτερισμό, την εναλλακτική πίστη [new age], τη θετική ψυχολογία, τις θεωρίες συνωμοσίας, την ψευδο-επιστήμη ή σε κράματα όλων αυτών.

γ) Ταυτόχρονα οι κρίσεις και η συνεχόμενη διακινδύνευση (Beck 2015) προσφέρουν και αυτές το δικό τους αποτύπωμα στον τρόπο κατασκευής των ειδήσεων, αλλά και στις επιθυμίες

του κοινού. Σε κάθε κρίση υπάρχει ταυτόχρονα ένα πληροφοριακό κενό⁴ γύρω από την ίδια την κρίση και αυξημένη ζήτηση για πληροφόρηση σχετικά με τις διάφορες πτυχές της. Η αυξημένη προσφορά οδηγεί στην παραγωγή περιεχομένου που πολλές φορές δεν είναι τεκμηριωμένο. Η πρόσφατη εμπειρία μας, άλλωστε, με την πανδημία της Covid-19 οδήγησε αξιωματούχους του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας⁵ να μιλήσουν για μια μορφή πανδημίας, την ‘infodemic’,⁶ που συντρέπει με την υγειονομική.

Για την αντιμετώπιση του φαινομένου έχουν προταθεί διάφορες στρατηγικές όπως: οι νομοθετικές ρυθμίσεις που ποινικοποιούν την παραγωγή ψευδών και παραποιημένων ειδήσεων, οι αλγοριθμικές αλλαγές στις μηχανές αναζήτησης και τα ΜΚΔ, ο έλεγχος του περιεχομένου [moderating], ο έλεγχος εγκυρότητας [fact-checking], η απομυθοποίηση [debunking], η καλλιέργεια της κριτικής σκέψης των πολιτών και ο γραμμιατισμός για τα ΜΜΕ και η αξιοποίηση της μηχανικής μάθησης στις διαδικασίες ελέγχου εγκυρότητας. Κάθε, όμως, προσπάθεια καταπολέμησης των παραποιημένων ειδήσεων έρχεται αντιμέτωπη με ζητήματα σχετικά με την ελευθερία και τον έλεγχο, τα οποία είναι άμεσα συνδεδεμένα με τη δημοκρατία. Ο έλεγχος της πληροφορίας και η περιορισμένη πρόσβαση σε αυτή δεν συνάδουν με τις δημοκρατικές αρχές, αλλά αποτελούν πρακτική των ολοκληρωτικών καθεστώτων. Άμεση σχέση έχει και το ιδιοκτησιακό καθεστώς και η πολιτική οικονομία του διαδικτύου.⁷ Οι διάφορες πλατφόρμες περιεχομένου και υπηρεσιών ψηφιακής προβολής και διαφήμισης, τα ΜΚΔ και οι μηχανές αναζήτησης —οι ‘πύλες’ στην πληροφορία σήμερα— αποτελούν ιδιο-

4. Βλ. την Εισαγωγή στο Giusti & Piras (2021: 1-17).

5. Βλ. https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1 [Προσπέλαση 15 Νοεμβρίου 2021].

6. Ο όρος στα ελληνικά θα μπορούσε να αποδοθεί ως ‘πληροφοριοδημία’, ‘πανδημία της πληροφορίας’ ή ‘πληροφοριακή πανδημία’.

7. Για μια εξαντλητική μελέτη σχετικά με το διαδίκτυο και την πολιτική του οικονομία βλ. Zuboff (2019).

κτησία μιας μικρής μερίδας τεχνολογικών εταιριών (GAFAM).⁸ Ο υψηλός συγκεντρωτισμός δύναμης και πλούτου και η αδυναμία θεσμικού ελέγχου επί των τεχνολογικών ‘κολοσσών’ έχει οδηγήσει πολλούς μελετητές να υιοθετούν τον όρο ‘νεο-φεουδαλισμός’, ενώ δεν είναι καθόλου αισιόδοξοι για το μέλλον.

Οι παραπονημένες ειδήσεις ως κοινωνικό και πολιτικό φαινόμενο

Η παραποίηση της ενημέρωσης δεν είναι μόνο επικοινωνιακό ζήτημα, αλλά έχει κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές προεκτάσεις. Για τις σπουδές επικοινωνίας οι παραπονημένες ειδήσεις αποτελούν ένα θέμα που μελετάται τα τελευταία χρόνια σε αρκετά μεγάλο βαθμό. Το ενδιαφέρον των ερευνητών δεν προέρχεται μόνο από μια επιστημολογική ανάγκη προσδιορισμού του ‘είδους’ της παραπονημένης και της ψευδούς πληροφόρησης, αλλά στοχεύει στις επιδράσεις της ‘πληροφοριακής διαταραχής’ στην κοινωνία και την πολιτική. Σε έναν κόσμο στον οποίο η ‘διαμεσολάβηση’ έχει κυρίαρχο ρόλο για την κατασκευή νοήματος, τη σύνθεση κοινωνικών σχέσεων και τη συμμετοχή στη δημοκρατική διαδικασία, η σχέση Μέσων, πολιτών και ενημέρωσης είναι πρωταρχικής σημασίας για την ποιότητα της δημοκρατίας και τις λειτουργίες των θεσμών. Η είδηση δεν είναι απλά η αφήγηση ενός γεγονότος που έχει συμβεί στο παρελθόν, αλλά μία σύνθετη εννοιολογική κατασκευή η οποία ενέχει κοινωνικά ερμηνευτικά σχήματα και ιδεολογικούς προσανατολισμούς για τον ίδιο τον κόσμο, που έχουν αξία να διαβιβαστούν σε ένα κοινό μία δεδομένη χρονική στιγμή με σκοπό την ενίσχυση τους.⁹ Με αυτή τη λογική, οι ειδήσεις είναι η προσπάθεια ρηγματικής ανασύνθεσης των γεγονότων ως ‘πληροφορίες για τα γεγονότα’, πάντα όμως χαρακτηρίζονται από έναν βαθμό δια-

8. Ακρωνύμιο για τις εταιρίες υψηλής τεχνολογίας: Google, Amazon, Facebook, Apple και Microsoft.

9. Βλ. περισσότερα στο Edelman (1999).

φοροποίησης από τον ίδιο τον πραγματικό κόσμο. Ο Πλειός υποστηρίζει πως η παραποίηση της ενημέρωσης είναι η διαδικασία ώστε μία ‘άποψη’ να γίνει αποδεκτή ως ‘αλήθεια’ μέσω της παρουσιάσής της ως ‘γεγονότος’. Με αυτόν τον τρόπο οι παραποιημένες ειδήσεις αποτελούν σκόπιμη πρακτική ώστε κάποιες απόψεις και θέσεις για τον κόσμο να ενισχυθούν και άλλες να αποκρυβούν, άρα πρόκειται για περιπτώσεις προπαγάνδας, είτε αυτή είναι πολιτική (πολιτική προπαγάνδα), είτε οικονομική (διαφήμιση), είτε θρησκευτική (προσηλυτισμός).

Η ψυχολογική διάσταση των παραποιημένων ειδήσεων

Στον συλλογικό τόμο *The Psychology of Fake News: Accepting, Sharing and Correcting Misinformation* αφιερώνεται μεγάλο μέρος στην ανάλυση των ψυχολογικών και γνωστικών μηχανισμών που ευθύνονται για την ευπιστία του κοινού. Εδώ θα παρουσιαστούν συνοπτικά μόνο κάποιες από τις ιδέες που διακινούνται στο βιβλίο. Όπως προαναφέρθηκε, οι παραποιημένες ειδήσεις ως περιεχόμενο αναμειγνύουν πραγματικά γεγονότα με μη πραγματικά. Σε πολλές περιπτώσεις μέρος αυτών των μη πραγματικών γεγονότων είναι τα στερεότυπα, δηλαδή μονομερείς και μονολιθικές προκατασκευασμένες ερμηνείες για το πώς λειτουργεί ο κόσμος. Μία αρχή της ανθρώπινης επικοινωνίας είναι η τάση πως κάθε πληροφορία που λαμβάνει ένα άτομο από ένα άλλο είναι πραγματική, ενώ χρειάζεται επισήμανση μονάχα σε όσες πληροφορίες δεν θεωρούνται αξιόπιστες. Μία δεύτερη αρχή είναι αυτή της ‘συνεργασίας’ (Grice 1975), κατά την οποία οι δύο πλευρές συμβάλλουν με συγκεκριμένους τρόπους στην όλη διαδικασία με σκοπό την επίτευξη της επικοινωνίας. Ο συγκεκριμένος μηχανισμός αναπτύχτηκε εξελικτικά, ώστε ο άνθρωπος να αφομοιώνει πληροφορίες γρηγορότερα και ευκολότερα. Ταυτόχρονα, η ‘ενάργεια’ ενός μηνύματος, δηλαδή η απλή και κατανοητή γλώσσα, ο καθαρός γραφικός χαρακτήρας ή η γραμματσοσειρά, έχει διαπιστωθεί πειραματικά πως

είναι παράγοντες που οδηγούν στην αύξηση της εμπιστοσύνης προς μία πληροφορία, ενώ η συχνή επανάληψη ενός ψέματος δημιουργεί την ψευδαίσθηση της αλήθειας [illusory truth effect] και διαρκεί για μεγάλο χρονικό διάστημα. Βασιζόμενοι, λοιπόν, στη θεωρία των στερεοτύπων και στις παραπάνω αρχές μπορούμε να αποδώσουμε μία ερμηνεία στο γιατί είναι εύκολο σχεδόν για τον καθένα να πέσει 'θύμα' της παραποιημένης ενημέρωσης. Ειδικά στο διαδίκτυο και στα ΜΚΔ—όπου οι ειδήσεις και οι πληροφορίες διακινούνται μέσα σε θαλάμους αντήχησης [echo-chambers] πολιτικο-πολιτισμικής ομοφιλίας με ιογενή τρόπο [virality] και το περιεχόμενό τους είναι ομογενοποιημένο και κωδικοποιημένο σε τίτλους και hashtags— οι παραπάνω αρχές ικανοποιούνται σε μεγάλο βαθμό.

Το κοινό δεν προσλαμβάνει μόνο τις παραποιημένες ειδήσεις ως πραγματικές, αλλά ένα μέρος του αναπτύσσει και κίνητρα (βλ. τα κεφάλαια 3 και 5 του υπό συζήτηση συλλογικού τόμου) για να τις αναπαραγάγει. Μερικά από τα κίνητρα των ανθρώπων για διάδοση παραποιημένων ειδήσεων είναι α) η ενίσχυση απόψεων, στερεοτύπων και ιδεολογικής επιβεβαίωσης (Ecker, Lewandowsky, Fenton & Martin 2014)· β) η εναρμόνιση με συγκεκριμένες νόρμες και η αύξηση της αποδοχής και της κοινωνικής επιβεβαίωσης εντός αυτών (Tajfel & Turner 2001)· γ) η δυσκολία στην αλλαγή άποψης, όταν κάποιος έχει θεωρήσει μία προηγούμενη παραποιημένη είδηση ως αληθινή (Lewandowsky, Ecker, Seifert, Shwarz & Cook 2012.). Είναι μια διαδικασία που έχει άμεση σχέση με την ιδεολογία και την ενίσχυσή της και αντανακλά τις ίδιες τις προκαταλήψεις για τους πολιτικούς αντιπάλους ή άλλες ομάδες οι οποίες αποτελούν αντικείμενο των συγκεκριμένων παραποιημένων ειδήσεων που διακινούνται αποκλειστικά για να τους βλάψουν.

Επιστήμη και παραποιημένες ειδήσεις

Πολύ συχνά οι ειδήσεις επικαλούνται την ίδια την επιστήμη ή αναφέρονται σε αυτή για να προσδώσουν εγκυρότητα στο περιεχόμενό τους. Ο Ν. Postman (1999) έχει σχολιάσει εκτενώς τον τρόπο με τον οποίο τα επιστημονικά δεδομένα —και ειδικά αυτά των θετικών επιστημών— εκλαμβάνονται ως απόλυτες αρχές από τα ΜΜΕ και την κοινωνία, αλλά και τους κινδύνους που ενέχει ο ίδιος ο επιστημονισμός για παρερμηνεία και λανθασμένα συμπεράσματα κατά τη μεσοποίησή του. Και στα δύο υπό συζήτηση βιβλία υπάρχουν σχετικά κεφάλαια που μιλούν για τη σχέση επιστήμης και παραποιημένων ειδήσεων, έχει ιδιαίτερη αξία όμως να σταθούμε στο 4ο κεφάλαιο του συλλογικού τόμου με τίτλο ‘Retracted articles – the scientific version of fake news’ των J.B. Pan και G. Halevi, το οποίο εστιάζει στην παραποιημένη επιστημονική ενημέρωση. Οι συγγραφείς μελέτησαν ιατρικά άρθρα τα οποία, παρότι έχουν ανακληθεί από επιστημονικά περιοδικά —κυρίως για λόγους εγκυρότητας των δεδομένων—, συνεχίζουν να ασκούν επιρροή στην επιστημονική κοινότητα και την κοινωνία. Το βασικό εύρημα είναι ότι όταν τα συγκεκριμένα άρθρα χαρακτηρίζονται ανακλημένα από τους εκδότες αυτομάτως η πρόσβαση σε αυτά ανοίγει και είναι δωρεάν για όλους. Έτσι αποτελούν προσβάσιμες πηγές για φοιτητές, μη ενημερωμένους ερευνητές, δημοσιογράφους και το ευρύτερο αναγνωστικό κοινό. Με αυτόν τον τρόπο τα συγκεκριμένα επιστημονικά άρθρα αποκτούν περισσότερες αναφορές, αναπαράγονται στα ΜΚΔ ή προσφέρουν πληροφορίες για τη συγγραφή περιεχομένου σε ειδησεογραφικές σελίδες.

Η παραποιημένη ενημέρωση δεν συσχετίζεται εν τέλει μόνο με τα γεγονότα της επικαιρότητας, αλλά και με τη μη έγκυρη επιστημονική γνώμη. Όταν αυτή κωδικοποιείται με τέτοιο τρόπο που συμφωνεί με πεποιθήσεις του κοινού και τις ενισχύει, όπως αναλύεται στο κεφάλαιο του ίδιου βιβλίου ‘Your fake news, our facts: Identity-based motivation shapes what we believe, share, and accept’ των D. Oyserman και A. Dawson,

τότε βρισκόμαστε αντιμέτωποι με το φαινόμενο της πολιτικής πώλωσης και αντιλαμβανόμαστε τον ρόλο που αποκτά στην εποχή της μετα-αλήθειας και της ψηφιακής ενημέρωσης η επιστήμη, όχι ως μία άλλη επεξήγηση του κόσμου ή μορφή εξουσίας, αλλά ως ένα προϊόν με θυμικές διαστάσεις που οδηγεί στην αποδοχή ερμηνειών που είναι αντίθετες με τις αρχές του ορθού λόγου.

Ολοκληρώνοντας, θα πρέπει να διευκρινίσουμε πως και τα δύο βιβλία παρουσιάζουν πλήθος θεωριών και δεδομένων που προσπαθούν να απαντήσουν στο γιατί το κοινό πείθεται από τέτοιου τύπου ειδήσεις, αλλά και πώς θα μπορέσουν να γίνουν μετασχηματισμοί σε δημοσιογραφικό και θεσμικό επίπεδο ώστε να υπάρξει πιο αξιόπιστη ενημέρωση.

Βιβλιογραφικές αναφορές

- Beck, U. (2015). *Κοινωνία της διακινδύνευσης. Καθ' οδόν προς μια άλλη νεωτερικότητα*. Αθήνα: Πεδίο.
- Botei, M. (2017). 'Misinformation with fake news', *Bulletin of the Transylvanian University of Brasov Series VII. Social Sciences*, 10(59): 133-140.
- Demertzis, N. (ed.) (2013). *Emotions in Politics: The Affect Dimension in Political Tension*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Di Fonzo, N. & Bordia, P. (2007). *Rumor Psychology: Social and Organizational Approaches*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Fenton, O. & Martin, K. (2014). 'Do people keep believing because they want to? Preexisting attitude and the continued influence of misinformation', *Memory & Cognition*, 42: 293-304.
- Edelman, M. (1999). *Η κατασκευή του πολιτικού θεάματος*. Αθήνα: Παπαζήσης.
- Egelhofer, J.L. & Lecheler, S. (2019). 'Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda', *Annals of the International Communication Association* 43(2): 97-116.
- Farhall, K., Carson, A., Wright, S., Gibbons, A. & Lukamto, W. (2019). 'Political elites' use of fake news discourse across com-

- munications platforms’, *International Journal of Communication* 13: 4353-4375.
- Giusti, S. & Piras E. (eds.) (2021). *Democracy and Fake News. Information Manipulation and Post-Truth Politics*. Oxon: Routledge.
- Grice, H.P. (1975). ‘Logic and conversation’, στο: P. Cole & J. L. Morgan (eds.), *Syntax and semantics*, vol 3: *Speech acts*. New York: Academic Press.
- Hirst, M. (2007). ‘Towards a political economy of fake news’, *The Political Economy of Communication*, 5(2): 82-94.
- Lewandowsky S., Ecker, U. K., Seifert, C. M., Shwarz, N. & Cook J. (2012). ‘Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing’, *Psychological Science in the Public Interest*, 13 (3): 106-131.
- Lipovetsky, G. (2012). *Παγκοσμιοποίηση και υπερ-ρεωτερικότητα. Κοσμοπολιτισμός και Δυτικός πολιτισμός*. Θεσσαλονίκη: Νη-σίδες.
- Postman, N. (1999). *Τεχνολόγιο. Η υποταγή του πολιτισμού στην τεχνολογία*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- Taguieff, P. A. (2015). *Συνωμοσιολογική σκέψη και ‘θεωρίες της συνωμοσίας’*. Θεσσαλονίκη: Επίκεντρο.
- Tajfel, J. & Turner, J. C. (2001). ‘An integrative theory of intergroup conflict’, στο M. A. Hogg & D. Abrams (eds.) *Key readings in social psychology: Intergroup relations: Essential readings*. New York: Psychology Press.
- Thompson, J. B. (1991). *Νεωτερικότητα και Μέσα Επικοινωνίας*. Αθήνα: Παπαζήσης.
- Uscinski, J. E. (2019). *Conspiracy Theories & the People Who Believe Them*. New York: Oxford University Press.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism. The fight for a human future at the new frontier of power*. New York: Public Affairs.

